

GIES KERZEN – 111 JAHRE VIELER LEUCHTENDER MOMENTE

6 FRAGEN AN TORSTEN WICHERT / GESCHÄFTSFÜHRER DER GIES KERZEN GMBH

Die Frage, die sowohl Kunden als auch Pressevertreter besonders interessiert, gleich zu Beginn: Was ist so anders bei Gies Kerzen; was ist das Besondere, dass man sich mit Ihrem Unternehmen und seinen Produkten beschäftigen muss?

Gies Kerzen schaut auf eine 111 Jahre andauernde Erfolgsgeschichte zurück. Seit Generationen verbinden wir Tradition und Solidität mit Innovation und Dynamik. Als zuverlässiger Partner stehen wir unseren Kunden mit einem vielfältigen Kerzensortiment in hoher Qualität, zu fairen Preisen und mit bestem Service zur Seite. Dabei positioniert sich Gies Kerzen immer mehr als Trendberater für den Handel und wird von den Endkunden als eigenständige Qualitätsmarke wahrgenommen. Gies Kerzen ist eingebunden in eine internationale, finanzstarke Firmengruppe, welche durch die schwedische ALG Holding AB und ihrem Hauptgesellschafter, Sten K Johnson, geführt wird.

Wie feiern Sie das 111-jährige Bestehen Ihrer Firma? Wird es besondere Aktionen und Angebote geben?

Natürlich werden wir unser Jubiläumsjahr mit besonderen Momenten und einzigartigen Aktivitäten feiern. Für unsere Handelskunden haben wir eine Reihe von attraktiven Aktionen vorbereitet und wollen dabei natürlich auch neue Geschäftskontakte gewinnen. Die Endkunden möchten wir mit zahlreichen Werbemaßnahmen und Gewinnspielen für GIES begeistern, was schließlich auch unseren Handelspartnern zugute kommen wird. Bei unseren Stammkunden werden wir uns mit interessanten Events für ihre Treue bedanken. Und nicht zuletzt werden wir mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, ohne die der dauerhafte Erfolg von Gies Kerzen gar nicht möglich wäre, diesen besonderen Geburtstag gebührend feiern. Auch unserer sozialen Verantwortung sind wir uns vollkommen bewusst. Durch gezielte Charity-Maßnahmen werden wir bedürftige Menschen in Deutschland unterstützen.

Wenn Sie auf die ersten 111 Jahre von Gies Kerzen zurückblicken – eine lange Zeitspanne, in der sich unsere Alltagswelt modernisiert und technisiert hat. Welche Ideen und Ziele sind für ein eher klassisches Produkt wie Kerzenlicht wichtig? Müssen Sie diese verändern und wenn ja, was trägt maßgeblich dazu bei?

Das Schöne an einer Kerze ist die Tatsache, dass es sich um eines der ältesten Produkte seit Menschengedenken handelt. Wenn man unter dem Begriff „Kerzen“ Lichtquellen versteht, die aus einem Docht und einer festen Brennmasse bestehen, dann gibt es Kerzen schon etwa seit der Mitte des 2. Jahrhunderts nach Christi Geburt.

Der Gebrauch von Kerzen hat sich natürlich im Laufe der Zeit völlig verändert. Während sie noch bis vor 100 Jahren den rein nützlichen Zweck der Lichterzeugung erfüllten, so gibt es heute eine große Vielzahl von Kerzenanlässen – eine eigene Kerzenkultur hat sich entwickelt: Ob es sich um die festliche Stimmung zu einem besonderen Anlass handelt, um einen romantischen Abend zu zweit, um dekorative Arrangements oder die gemütliche Wohnatmosphäre zu Hause – Kerzen sind ein wesentlicher Bestandteil einer stilvollen Lebenskultur geworden und erfreuen sich sehr großer Beliebtheit.

Diese vielfältigen Anlässe, bei denen Kerzen nicht fehlen dürfen, haben dazu geführt, dass sich unser Sortiment entsprechend vergrößert hat. Neben den Klassikern wie Teelichten, Leuchter- und Stumpfenkerzen gibt es trendige Saisonkerzen für drinnen und draußen sowie attraktive Tischdekorationen und Accessoires. Da alles perfekt aufeinander abgestimmt ist, lässt sich im Handumdrehen eine stimmungsvolle Atmosphäre zaubern.



Quality candles
since 1899

PRESSE- MITTEILUNG

29.01.2010

Gies Kerzen GmbH

Beim Zeugamt 8
21509 Glinde
Deutschland

Tel + 49 40 710007-0
Fax + 49 40 7110271

info1@gies-kerzen.de
www.gies-kerzen.de

Bei der Herstellung unserer Produkte legen wir großen Wert auf den **bewussten und nachhaltigen Umgang mit der Umwelt** und ihren Ressourcen. So bieten wir neben den gängigen Kerzen aus Paraffin auch immer mehr Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen an – wie zum Beispiel **Stearin**. Und diese Kerzen mit dedizierten Nachhaltigkeitsmerkmalen werden zunehmend von unseren Kunden nachgefragt.

Worauf sind Sie heute besonders stolz und was ist Ihnen innerhalb der letzten Jahre besonders gut gelungen?

Wir bei GIES sind grundsätzlich stolz auf unser Unternehmen und können vor allem in den letzten Jahren auf **viele wirtschaftliche Erfolge** zurückblicken. Auch Krisen haben wir sehr gut gemeistert, was wir vor allem unserem qualifizierten und **hervorragenden Mitarbeiterstamm** verdanken. Es ist uns gelungen, wichtige Elemente der GIES Erfolgsgeschichte zu bewahren und dabei gleichzeitig das Unternehmen für zukünftiges Wachstum fit zu machen – sowohl in Deutschland als auch in internationalen Märkten. Unser Unternehmen auf diesem Kurs weiter voranzutreiben, betrachte ich als eine meiner Hauptaufgaben, die ich im Zuge unseres Generationswechsels in den letzten drei Jahren begonnen habe. Den vielen Kunden, die uns seit Jahren die Treue halten, möchte ich auf diesem Wege unseren besonderen Dank aussprechen. Es gehört für uns zu den schönsten Erfolgserlebnissen, diese **starken Kundenbeziehungen** über die lange Zeit nicht nur gehalten, sondern auch vertrauensvoll ausgebaut zu haben.

GIES hat für jeden Anlass die richtige Kerze. Sie bieten ein internationales sowie markt- und kundenorientiertes Sortiment – von Standard-, über Premium- und Saisonprodukten bis hin zu kompletten Trendkonzepten. Woran orientieren Sie sich bei der Gestaltung Ihrer Produktpalette? Wie erspüren Sie die neuen Trends, die Bedürfnisse Ihrer Kunden und deren Wünsche?

Zunächst gehört es zu den Kernaufgaben eines Unternehmens in unserer Branche, sich mit den aktuellen Entwicklungen und **Trends im Home & Living Bereich** intensiv auseinanderzusetzen. Wir arbeiten mit Markt- und Trendforschungsgesellschaften zusammen und berücksichtigen entscheidende Hinweise auf **zukünftige Farb-, Form- und Materialtrends** sowie Veränderungen im Verhalten der Konsumenten und in der Gesellschaft.

Unsere Aktivitäten in den Bereichen **Forschung und Entwicklung** sowie unser **Innovationsmanagement** haben wir in den letzten Jahren sukzessive verstärkt. In Form von neuen Sortimenten und Aktionen profitieren davon auch unsere Handelspartner und deren Kunden. Man darf allerdings bei der reinen Produktentwicklung nicht stehenbleiben, sondern muss mit **offenen Augen und Ohren sämtliche Märkte und Branchen beobachten**, um wichtige Richtungsänderungen in der Vielfalt an Lifestyle-Themen rechtzeitig zu erfassen.

Abschließend, Herr Wichert, beim Rückblick und der Gegenwartsbetrachtung, darf die Zukunftsperspektive nicht fehlen. Schon jetzt könnten Sie allein mit Ihrer Jahresproduktion an Teelichten in Glinde den gesamten Erdball umarmen. Wo soll es nun hingehen? Welche Ziele haben Sie sich für die nähere und fernere Zukunft gesteckt?

Gies Kerzen bietet nicht nur starke Marken, sondern hat sich auch als Produzent erfolgreicher Handelsmarkenprodukte etabliert. In Zukunft wollen wir dem Handel noch intensiver als kompetenter Berater und Partner zur Seite stehen und so weitere Marktanteile gewinnen. Bereits heute gehören wir zu den **führenden europäischen Herstellern und Vertreibern von Qualitätskerzen und Accessoires**. Unsere aktuellen Positionen werden wir zukünftig festigen und weiter ausbauen.

Erfolgreiche Synergien innerhalb unserer Firmengruppe ermöglichen uns **gute Wettbewerbsvorteile**. So können wir Produkte entwickeln und anbieten, die unsere Mitbewerber nicht im Sortiment haben. Immer mehr Handelspartner verstehen uns auch als **technologisch führenden Kerzenhersteller und Problemlöser**, zum Beispiel im Segment der Zukaufartikel.

Die Internationalisierung unserer Marken **GIES, ASP-HOLMBLAD** und **Liljeholmens** werden wir durch ein umfassendes Maßnahmenpaket mit unterschiedlichen Werbe- und Vertriebsformen vorantreiben. In Zukunft dürfen unsere Handelspartner und Endabnehmer auf **attraktive Jubiläums-Aktionen** und interessante Entwicklungen aus unserem Hause gespannt sein.

The logo consists of the number '111' in a large, stylized font made of white dots, positioned above the word 'JAHRE' in a smaller, similar dot-matrix font. The entire logo is set against a dark blue rectangular background.